

# ГЕНДЕРНЫЕ НРАВЫ, МОДЕРНИЗАЦИЯ И ГЛАНЦЕВЫЕ ЖУРНАЛЫ

М. Ю. Гудова

*Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина*

В данной статье представлены результаты контент-анализа городского глянцевого издания на предмет отображения трансформационных процессов гендерных нравов в г. Екатеринбурге

**Ключевые слова:** гендерные нравы, концепт «семья», «супруг», «дети», «сексуальность», городской глянцевого журнал

## GENDER ETHICS HABITS, MODERNIZATION AND GLOSSY MAGAZINES

The results of content analyses city's glossy magazines about reflection of gender ethics habits are given in this article.

**Keywords:** gender ethics habits, city's glossy magazines, modernization, "Family", "Child".

Городские глянцевые журналы являются важным элементом городской репрезентативной культуры. Они представляют читательскому сообществу горожан и гостей города жизнь Екатеринбурга в наиболее узнаваемых и успешных лицах, выразительных, социально-престижных ситуациях и знаковых, символических точках на карте города, а также наиболее желаемых и одобряемых в городском сознании, имиджевых проявлениях городских нравов.

Репрезентируемая глянцевыми журналами панорама городской жизни является воображаемой как по темам, сюжетам, так и по персонажам, и их привычным формам поведения и речи. Персонажи городского глянца естественно стремятся в интервью или очерках к формированию положительного личного имиджа и положительного имиджа, реализуемых

М.Ю. Гудова, УрФУ. Гендерные нравы, модернизация и глянцевые журналы

ими проектов. В такой ситуации исследовать нравы — реальные жизненные установки и привычные формы их воплощения достаточно трудно. Тем более, что в журнальной воображаемой панораме городской жизни нас интересуют реальные гендерные нравы персонажей екатеринбургского глянца.

Для того, чтобы иметь возможность выявить данный объект исследования в глянцево-м мире журнальной информации, сосредоточим внимание исключительно на гендерно-маркированных высказываниях в текстах-самопрезентациях успешных горожан или гостей города на страницах городского глянцевого журнала ЕкбСобака.ру.

Цель нашего исследования — выявить наиболее повторяемые смысловые ядра типичных способов представления сложившихся в повседневности гендерных нравов. Для достижения этой цели необходимо последовательно выявить частоту и смысловое наполнение концепта «семья», встречающего в текстах — самопрезентациях, а также концептов «дети», «супруг (а)», «мужская» и/или «женская сексуальность», конкретизирующих понимание и жизненную реализацию концепта «семья»; вычислить частотность традиционных патриархальных и модернизационных постфеминистских коннотаций гендерно-маркированных концептов «семья», «дети», «сексуальность».

В своем исследовании мы исходим из того, что нравы — это «стабильные, привычные, повседневные формы реализации должного в социально-культурных взаимодействиях, одобряемые общественным мнением той или иной группы людей, закрепленные и постоянно воспроизводимые в их социальной практике в различных сферах жизнедеятельности».

Нравы могут быть исследованы исходя из этого в качестве побудительных факторов к действию, которые могут не осознаваться, но спонтанно проговариваться в языке во время обсуждения или описания других феноменов повседневной жизни человека.

В частности исследование гендерных нравов как некоторых ментальных установок, реализуемых в повседневной жизни можно, на наш взгляд, анализировать на материале нарратива о социально-полезном служении, карьере и общественном призвании и признании.

В таких текстах рассказчик или интервьюер, как правило, главное внимание и имиджевые усилия концентрирует на основном содержании, отвечающем на прямо поставленные вопросы: цели, задачи, смыслы, факторы, показатели, критерии социального успеха. Большая часть побочного содержания (к такому содержанию относится гендерная проблематика) оказывается проговоренной автоматически (по привычке) или бессознательно — не целенаправленно и безотчетно.

Гендер, или социальная жизнь пола, наиболее ярко схватывается в языке в таких концептах как «семья», «супруг (а)», «друг» (boyfriend), «подруга» (girlfriend), «дети», «сексуальность».

Соответственно мы можем обнаружить, кто использует концепты «семья», «супруг(а)», «дети», «сексуальность», и, следовательно, упоминает семью, супруга, детей, сексуальные факторы даже в том случае, когда о них не спрашивают. Кто постоянно имеет в виду сложившуюся систему гендерных отношений и гендерные нравы. Кто акцентирует на своей частной жизни особое внимание как на важном факторе социального успеха, каким образом рассказчики определяют свою семейную жизнь и как часто те или иные определения встречаются в описании семейной жизни. Какие модели семьи фигурируют в рассказах и как сами рассказчики относятся к этим моделям. И тем самым мы можем получить достоверные свидетельства того, какой характер носят гендерные нравы самых успешных людей города Екатеринбурга и гостей города с их собственных слов.

В качестве материала исследования взята сплошная выборка журналов экбСобака.ру за 2010 год.

В исследовании использован именно этот гляцевый городской журнал в силу того, что издатели позиционируют его как «Журнал о людях нашего города», следовательно, это журнал о том, кто здесь живет и работает, и о том, что для этих людей значимо. В каждом номере журнала представлены самопрезентации успешных в различных сферах граждан нашего города и наиболее интересных гостей, представителей бизнеса, образования, медицины, торговли, науки, искусства, спорта и т.д..

Всего было проанализировано 93 текста-самопрезентации: 36 из них принадлежали женщинам и 57 мужчинам, среди них были жители Екатеринбурга — 77 человек, Москвы — 13 человек и Европы — 3 человека.

Концепт «семья» употребили 69 персонажей из 93. Было установлено, что персонажи текстов употребляют концепт «семья» в семи различных значениях. Для большинства «семья» — это «устойчивая социальная общность»: 15 женщин и 27 мужчин, для других — «кратковременный союз»: 3 женщин и 3 мужчин, для третьих — «неформальное партнерство (союз)»: 3 женщин и 3 мужчин, исключительно для женщин — «открытое партнерство»: 3 женщин и «цель и смысл жизни»: 3 женщин, исключительно для мужчин — «место работы и род занятий»: 6 мужчин и «оковы и старость»: 3 мужчин. В своих текстах-самопрезентациях 9 женщин из 36 и 15 мужчин из 57 не употребили концепт «семья», рассказывая о своих личных успехах и достижениях.

Традиционное патриархатное понимание семьи (ж — 18, м. — 27) включает в себя значение «семьи» в качестве устойчивой социальной общности, являющейся целью и смыслом жизни. Такое патриархатное значение продемонстрировано только в одном тексте Марины Зудиной. Это свидетельствует о стремлении самопрезентации данного персонажа в качестве идеальной носительницы патриархатных гендерных нравов.

Трансформированные положительные значения концепта «семья» встречаем в значениях кратковременного союза, открытого партнерства, неформального партнерства. Такое понимание в целом является достаточно распространенным (ж — 9, м — 6), а многообразие конкретных моделей и смысловых оттенков свидетельствует о реальности и сложности процессов трансформации интимности, форм семьи и брака.

Трансформированные отрицательные значения концепта «семья» встречаем у мужчин: в 6 случаях из 93 «семья» как «союз людей» подменяется союзом «человек-профессия», а в 3 случае из 93 приобретает негативное значение «оков и старости». Такую самопрезентацию модернистских гендерных нравов можно объяснить стремлением персонажей к са-

мопрезентации в качестве продвинутых, сверхсовременных и свободных персонажей.

В целом необходимо признать, что приверженцев традиционной модели семьи и гендерных нравов столько же (50% респондентов), сколько и приверженцев трансформационных моделей.

Проверим наши выводы, проанализировав структуру понимания концепта «супруг». Этот концепт употребляется гораздо реже в текстах-самопрезентациях: упоминают его 12 женщин и 18 мужчин, остальные 24 женщины из 36 и 39 мужчин из 57 его не употребляют.

Между тем выявлено 4 основных смысловых оттенка употребления этого концепта: «человек, являющийся постоянным брачным партнером» (ж — 6, м — 9), «человек, являющийся временным брачным партнером» (ж — 3, м — 3), «любимый человек, не связанный формальными обязательствами — друг, подруга» (ж — 3, м — 3), «любимое дело, профессия», которое мужчины называют своей женой (м — 6).

Традиционной модели гендерных нравов соответствует понимание концепта «супруг» в качестве постоянного брачного партнера: такое словоупотребление характерно для 50% из всех, упомянувших его (6 из 12 женщин, и 9 из 18 мужчинам). Однако ровно половина респондентов придерживается трансформационных моделей супружества: временное партнерство, свободное партнерство без обязательств, или обязательства перед своей профессией.

Таким образом, на примере анализа концепта «супруг», мы подтверждаем, гипотезу о том, что гендерные нравы в публичной печатной самопрезентации носителей выглядят на 50% традиционными патриархатными и на 50% модернизационными.

Особая ситуация выявляется в отношении концепта «дети». Этот концепт используют в своих текстах 57 человек из 93. При этом нужно отметить: 36 из 57, то есть больше половины интервьюируемых мужчин активно используют и обсуждают этот концепт, и 18 из 36 женщин, употребляют его в своих текстах. Именно мужчины вносят новые, современные коннотации в понимание концепта «дети», наделяют его значением

«некоммерческого проекта» (И. Охлобыстин и М. Скляр). Это может быть интерпретировано как самопрезентация трансформации традиционных гендерных ролей в семье. Если раньше концепт дети был неперенным атрибутом всякого женского высказывания, то сейчас женщины стараются осуществлять самопрезентацию через использование не только этого или других концептов, мужчины же, напротив, подчеркивая свою современность, прогрессивность и щедрость, активно используют концепт дети, особенно мужчины старшего возраста (А. Троицкий, М. Скляр, И. Охлобыстин и другие). Такие особенности самопрезентации с активным использованием концепта «дети» или активным избеганием использовать концепт «дети», на наш взгляд свидетельствует о трансформации гендерных ролей и частичного переноса роли женщины-матери, женщины-няньки и женщины-воспитателя на роль отца, не только добытчика, но и отца-воспитателя, наставника своих детей, особенно в многодетных семьях (И. Охлобыстин, А. Троицкий). Это, безусловно, является модернистским моментом в гендерных нравах современного общества.

Другая ситуация, «специфически женская» выявляется при анализе употребления концепта «сексуальность». Оказывается, что этот концепт употребляется из исследуемых нами 93 персонажей только лишь 3 лицами женского пола: Верой Брежневой (бывшая солистка группы ВИА Гра), Анфисой Чеховой (ведущей известной телепередачи) и Мариной Зудиной (актрисой). Ими обсуждается концепт «сексуальность» в расширении «женская» и «мужская», но даются одновременно и традиционные, через параметры тела, и модернистские, через параметры ума, мышления толкования. Ни одного мужского текста, с использованием концепта «сексуальность» среди 93 текстов-самопрезентаций обнаружено не было. Это, как представляется, подтверждает тезис Веры Брежневой о том, что «сексуальность» — традиционно женская тема, поскольку связана с конкурентной борьбой за мужчину, сомнениями и комплексами, а для мужчин такой темы нет, потому что каждый уверен в своей сексуальной неотразимости и свои недостатки с другим обсуждать никогда не будет. Обсуждение женщинами этого концепта и его смыслов также является

новым феноменом для жизни женского гендерного сообщества, фактором раскрепощения языка и мышления, что также свидетельствует о трансформационных процессах в женских гендерных нравах и свидетельствует об изменении ментальности женщин.

Таким образом, мы обнаружили, что гендерные нравы, репрезентируемые использованием концептов «семья» и «супруг», являются на 50% традиционно-патриархатными, и на 50% модернизационными постфеминистскими. Однако анализ употребления концептов «дети» и «сексуальность» позволяет говорить о существенных трансформациях мужских и женских гендерных нравов в аспекте социальных ролей и языковой репрезентации семейно-брачных отношений. Выявленные тенденции позволяют надеяться на возможность трансформации гендерных нравов как основополагающих в системе ментальности, и на существенную модернизацию менталитета наиболее знаковых людей г. Екатеринбурга.

Вместе с тем необходимо заметить, что наиболее радикальные высказывания по поводу толкования концепта «семья», «супруг», «дети» или «сексуальность» принадлежат гостям города из Москвы, то есть медийно позиционированным носителям нового постмодернистского сознания. В то же время высказывания гостей из Европы, как правило, традиционны и консервативны. Высказывания на страницах городского глянцевого журнала известных людей нашего города являются целенаправленным и выверенным способом формирования положительного имиджа как горожан, так и города в целом. Поэтому степень патриархальности или трансформационности таких высказываний определяется каждый раз сложившейся конкретной жизненной ситуацией и социальной ролью каждого конкретного персонажа в городском культурном пространстве. Поскольку сами жизненные ситуации героев глянца достаточно разнообразны, гляцевый журнал на своих страницах фиксирует многообразие смыслов значимых гендерных концептов в текстах самопрезентаций жителей и гостей нашего города.